



TikTok

16.02.2026 - 14:12 Uhr

## TikTok feiert die Liebe zum Film / Zur Berlinale 2026 werden neue Anzeigenformate für die europäische Entertainment-Branche veröffentlicht



Berlin (ots) -

- Vom [#BookTok](#) Bestseller zum globalen Streaming-Hit: Der Einfluss der Fan-Communitys auf TikTok wächst. Allein im Jahr 2025 wurden täglich 6,5 Millionen Posts zu Film- und TV-Themen geteilt.
- Neue "[#BookToScreen](#) BookTok Bestsellerliste" und Erfolgsgeschichten wie Maxton Hall. Auf der Berlinale 2026 zeigt TikTok, wie digitale Communitys über den Erfolg von Film- und Fernsehproduktionen entscheiden.
- Um die Unterhaltungsindustrie enger mit diesen engagierten Zielgruppen zu vernetzen, führt TikTok in Europa zwei neue, performance-orientierte Werbeformate ein: "Streaming Ads" und "New Title Launch".

TikTok hat heute enormen Einfluss auf die Entertainmentbranche. Communitys wie [#FilmTok](#) und [#BookTok](#) sind Katalysatoren für Entdeckungen, öffentliche Debatten und kommerziellen Erfolg in den Bereichen Film, Fernsehen und Literatur. Mit im Schnitt 6,5 Millionen täglich geteilten Beiträgen allein im Jahr 2025 zeigen Filmfans auf TikTok ihre Begeisterung für Film- und Serieninhalte auf der Plattform und auch an den Kinokassen: Unter den 20 erfolgreichsten Filmen in den deutschen Kinos im vergangenen Jahr sind 15 auf TikTok viral gegangen [1].

### Vom [#BookTok](#) Hype zu Streaming-Rekorden und Bestsellern

[#BookTok](#) hat sich zu einem der einflussreichsten Treibern der Unterhaltungsbranche entwickelt. Die engagierte Community macht Bücher zu Bestsellern und beschleunigt deren Adaption für die Leinwand. 2024 wurden in Deutschland über 25 Millionen auf der Plattform empfohlene Bücher verkauft - mehr als doppelt so viele wie im Vorjahr. Das entspricht einem Umsatz von 342 Millionen Euro [2]. Um diesem Trend Rechnung zu tragen, hat TikTok im Januar gemeinsam mit Media Control die "[#BookToScreen](#) BookTok Bestsellerliste" veröffentlicht. Sie rückt Titel in den Fokus, die durch Fans auf TikTok erfolgreich wurden und die Produktionspläne von Film- und Fernsehstudios prägten.

### Die erste [#BookToScreen](#) BookTok Bestsellerliste umfasst:

Die [#BookToScreen](#)-Liste unterstreicht die Bedeutung von Titeln, die auf [#BookTok](#) ihren Durchbruch feierten und anschließend Adoptionsentscheidungen und die weltweite Nachfrage beeinflussten. Für Verlage, Studios und Streaming-Anbieter bietet sie einen Echtzeit-Einblick in kulturelle Strömungen und zeigt, welche Geschichten das Publikum am stärksten bewegen.

Jüngste Erfolge verdeutlichen die Dynamik dieses Ökosystems. Fangemeinden prägen weiterhin, wie Filme

entdeckt, diskutiert und gefeiert werden. Die Serie *Maxton Hall*, die auf Mona Kastens Bestseller-Roman basiert, wurde auf TikTok mit über 120.000 Beiträgen gefeiert und brach in der Folge sämtliche Streaming-Rekorde. Die erste Staffel avancierte zur erfolgreichsten nicht-US-amerikanischen Serie bei Prime Video und führte die Charts in über 120 Ländern an. Nach dem Start der zweiten Staffel im November 2024 kletterte die Serie innerhalb von 24 Stunden weltweit auf Platz eins bei Prime Video [3]. Dieser Erfolg wirkte sich unmittelbar auf den Buchmarkt aus: Bis heute wurden in Deutschland über 1,7 Millionen gedruckte Exemplare der Reihe verkauft [4].

**Ulrike Altig, Geschäftsführerin von Media Control, kommentiert:** "Die Fangemeinden auf TikTok sind zu einem Motor geworden, der mehr als nur Bestsellerlisten beeinflusst. Für die Branche fungieren sie als Seismographen, die anzeigen, welche Geschichten sich am ehesten verbreiten, Resonanz finden und sich auch für die Leinwand eignen würden. [#BookTok](#) und [#FilmTok](#) sind damit zu zentralen Treibern für wirtschaftlichen Erfolg geworden."

### Wie Unterhaltung durch Fandom entdeckt wird

In einer Umfrage gaben vier von fünf Befragten an, dass TikTok ihre Wahl für Streaming-Inhalte beeinflusst und sie dazu inspiriert, Neues zu entdecken [5]. Um Marken dabei zu unterstützen, diese engagierte Zielgruppe zu erreichen, führt TikTok in Europa zwei neue Werbelösungen ein: [Streaming Ads und New Title Launch](#).

Die auf "Smart+" basierenden Streaming Ads sollen Interesse in Abonnements umwandeln. Das Format bietet personalisierte Anzeigen, die exakt auf die Vorlieben der Zielgruppe zugeschnitten sind - von Drama und Comedy bis hin zu Dokumentationen. Die speziell für Streaming-Plattformen entwickelten Anzeigen können dabei mehrere Titel gleichzeitig mithilfe von zwei kreativen Formaten präsentieren:

- **Multi-Show Experience:** Ein Video-Karussell, das vier verschiedene Titel aus dem Katalog des Anbieters zeigt.
- **Media Card:** Ein interaktives Add-on, das die Vielfalt des Angebots des Anbieters hervorhebt.

Für große Veröffentlichungen hat TikTok den **New Title Launch** eingeführt. Diese Performance-Lösung verwandelt kulturelle Hypes in Ticketverkäufe und Abos. Durch die Analyse von Daten wie Genre-Vorlieben oder Preissensibilität, können Werbetreibende genau die Zielgruppe erreichen, die am ehesten zum Abschluss bereit ist - sei es für eine Staffel-Premiere, einen Blockbuster oder ein Live-Sport-Event.

### Fandom in einer neuen Dimension

Mit insgesamt über drei Millionen Beiträgen und einem zweistelligen jährlichen Wachstum prägen [#FilmTok](#), [#MovieTok](#) und [#BookTok](#) die Art und Weise, wie Unterhaltung entdeckt, diskutiert und bewertet wird. TikTok verleiht dabei nicht nur Neuerscheinungen eine enorme Reichweite, sondern hilft auch Klassikern und Backlist-Titeln zu neuer kultureller Relevanz - und verlängert so deren kommerziellen Lebenszyklus erheblich.

### Quellen

1. Quelle: Media Control, Comscore, Allscreens, Official Movie Charts 2025
2. Quelle: Basierend auf Verkaufszahlen von Media Control in Deutschland, weitere Informationen hier: <https://ots.de/BeC5UH>
3. Quelle: Amazon Prime Video
4. Quelle: Media Control, Comscore, Allscreens, verkauft Maxton Hall Trilogie 2024-2025
5. Quelle: TikTok Marketing Science US Custom Streaming-Abonenten-Umfrage via AYTM, Juni 2024. [Q3] (n=500)

Pressekontakt:

Kommunikationsteam für Deutschland, Österreich und die Schweiz: [dachcomms@tiktok.com](mailto:dachcomms@tiktok.com)

Medieninhalte



Auf der Berlinale 2026 zeigt TikTok, wie digitale Communitys über den Erfolg von Film- und Fernsehproduktionen entscheiden / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/135119 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100068137/100938463> abgerufen werden.